

基于城市“集体记忆”的小城镇文化发展策略研究 ——以东莞市水乡特色发展经济区为例

吴元君^{1 2}, 王子骏^{1 2}

(1. 厦门大学 福建厦门 351000; 2. 英国卡迪夫大学)

摘 要: 在快速城镇化过程中, 由于过度追求经济增长和物质空间的丰富, 人们与城市的“集体记忆”往往被规划师大手笔的蓝图所阻隔。“集体记忆”作为一种人类集体创造和共有的意识可以被看作是地方文化的直接体现。大城市通常被认为是经济、政治、文化的中心, 然而小城镇作为城市与乡村之间的“灰色区域”, 更能承载人们心中的“乡愁”。东莞多年来一直被称为“世界工厂”, 而如今面临从工业城市向生态宜居型城市转型。本文通过理论研究和实地调研, 探索东莞水乡片区的“集体记忆”, 得出“龙舟”为其最主要记忆载体, 并提出“龙舟”作为其城市名片的多方发展策略。其次发现东莞众多的外来人口对文化的冷漠和缺乏归属感的问题突出, 建议通过鼓励地方企业加强文化设施投入达到加速打工人群融入地方生活的目的。最后针对水乡片区各小城镇文化资源重复开发的现象, 建议完善小城镇文化联动体系, 推广如“一镇一词”的统筹规划。东莞案例的研究为全国此类其他小城镇文化发展策略提供了基础研究和经验借鉴。

关键词: 小城镇文化发展策略; 集体记忆; 乡愁; 地方特色; 东莞水乡

中图分类号: TU984

文献标识码: A

文章编号: 1004 - 6135(2015)06 - 0039 - 04

The small town cultural development strategy research based on the "collective memory": Take the Waterside Special Economic Zone of Dongguan City as an example.

WU Yuanjun^{1 2}, WANG Zijun^{1 2}

(1. Xiamen University, Xiamen, 351000; 2. Cardiff University)

Abstract: In the rapid urbanization process, due to the excessive pursuit of economic growth and the richness of the physical space, the "collective memory" of a city is often blocked by the improper blueprint of planners. The "collective memory" is a kind of collective creation and common sense of a group which can be regarded as the direct embodiment of local culture. The big city is generally considered as the center of the economy, politics, and culture. However, as the "gray area" between urban and rural area, small towns are more capable of carrying the sense of "nostalgia" among individuals. Dongguan has been known as the "world factory" for years, and it is now facing the transition from an industrial city to ecological and livable city. Through theoretical study and field research, the "collective memory" of the Waterside Special Economic Zone of Dongguan City is found, which is known as "dragon boat". Development strategies of different aspects of "dragon boat" are given to make it a city brand. Additionally, the apathy of local culture and lacking of belongings of migrants in Dongguan are found to be a huge issue. As a result, encouraging local enterprises to strengthen cultural infrastructure investment is suggested to accelerate migrants' integration into the local life. Finally, to avoid the repeated development of culture resource in Waterside Area, cultural linkage system among small towns should be built and overall planning such as "one town one word" is recommended. The case of Dongguan could provide a basis for the cultural development strategy research of other small towns.

Keywords: Cultural development strategy of small towns; collective memory; Nostalgia; Local features; Waterside Area of Dongguan City

E-mail: flora_519519@126.com



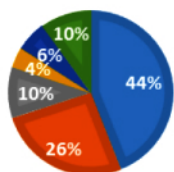
作者简介: 吴元君(1990.2 -), 女。
收稿日期: 2015 - 04 - 04

1 城市的“集体记忆”

1.1 什么是“集体记忆”

哈伯沃兹(Halbwachs)在他的《集体记忆》一书中提到“集体记忆是一种在某个群体里共同享有的信息流。它可以通过一个民族或是一个现代社会作为

■ 龙舟和龙舟节 ■ 特色美食
■ 人文及自然景点 ■ 粤剧
■ 其他 ■ 不确定



150%

100%

50%

0%

本地居民

外来人口

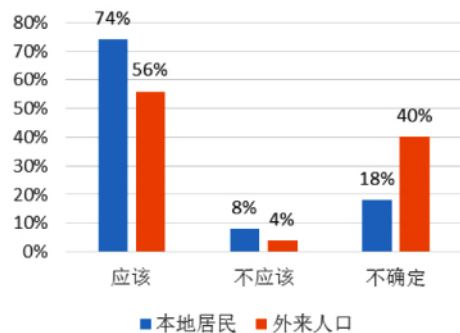


图1 东莞水乡印象

图2 认为东莞水乡有自己的文化特色

图3 是否认为水乡片区应该发展旅游业

支点被分享、传播和发展”^[1]。对于城市来说,这种“集体记忆”的载体可以是一种食物,一个节日,一个名人或者一切能勾起人们共同回忆的事物。我们可以通过各种现代化的数字媒体来与别人分享自己对于一个地方或者一种文化的感受,共同的记忆让与此相关的人们感到熟悉,整个社会就像是一个有着共同财富的大家庭一样^[2]。

1.2 文化与“集体记忆”

文化或文明,是一种复杂的民族特征,它包含着:认知、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及一切能够使一个人成为这个社会一份子的因素^[3]。文化的内在价值很早就已经被人们赋予了定义,而“集体记忆”因为是一种人类集体创造和共有的意识,可以被看做是文化的一种直接表现。因为人类的认知主要是取决于他的生活环境,同时一个地方的特有文化使得他们有了一种归属感,所以地方文化使得我们生活的世界变得丰富多彩。

1.3 “乡愁”与“集体记忆”

在2013中国城市化发展研究会上,习近平主席说到小城镇发展需要“望得见山,看得见水,留得住乡愁”,也就是说在小城镇的发展上需要考虑到自身的文化,从最早的定位到发展过程中的环境保护,一直到最后让美好的生态环境和极具吸引力的地方特色成为小城镇发展中最具竞争力的因素。“乡愁”与城市的“集体记忆”在含义存在许多共通之处。“乡”指的是家乡、故乡,可以对应为城镇、乡村,“愁”即人们对家乡特殊的情感,也就是本文研究的“集体记忆”。

2 东莞现状与分析

东莞水乡特色发展经济区有着独特的地理条件,丰富的民俗文化和人文景观。其文化特色是岭南文化不可分割的一部分,其范围内的小城镇被授予了众多头衔,例如“龙舟之乡”、“花灯之乡”、“七巧文化之乡”、“民俗之乡”、“举重之乡”、“游泳之乡”。本文的四个重要结论主要立足于东莞市民问卷调查以及当

地政府的访谈。

2.1 政府以及相关部门缺乏对于民众真正“集体记忆”的市民认知调研。

东莞总体规划(2000-2015)中的历史文化名城保护规划中用大量篇幅介绍了如何对物质文化的保护,然而对于非物质文化遗产只是做了统计,没有具体的规划策略。然而在市民调研中,却得到了相反的答案。人们对于非物质文化的关注度远远高于物质文化。通过对“东莞水乡印象”的调研(图1)发现龙舟和龙舟节的认知度最高达到44%,其次对于地方美食的认知度为26%,人文及自然景点10%,粤剧4%,其他6%,不确定10%。龙舟和美食在市民心中有更重要的地位主要是因为这些事物与日常生活更息息相关,也承载了更多的“城市记忆”。现行规划所推崇的大量文化旅游景点更多的是体现了规划者和管理者的意志,而并不那么切合市民心中对于水乡片区的期待。

2.2 东莞地区外来人口众多,对水乡片区地方文化的认知度、关注度不高,归属感、认同感不强。

东莞常住人口有1200万,其中户籍人口只有180万。外来人口来自于不同文化背景,其流动性也会导致对于东莞地方文化的漠然。通过对本地和外来人口的分类型调研得出:98%的本地居民认为水乡地区有地方文化特色,外来人口只有62%认为水乡有吸引人的文化特色(图2)。在是否应该发展旅游上,本地人认为:应该74%;不应该8%;不确定18%。而外来人口中此数据为:应该56%;不应该4%;不确定40%(图3)。可见外来人口对于地方文化特色的认知度不高,认同感不强。

2.3 文化同质化现象严重,存在同类不良竞争和重复开发现象。

东莞统筹水乡地区旅游规划专家组组长吴志才曾经对媒体称“水乡各镇街应该形成水乡文化联盟,但在共同推进龙舟文化的时候,应注重差异化,如中

堂可以着重推龙舟制作技艺;望牛墩可以主推龙舟文化体验区;沙田可以主推龙舟运动培训等”。然而,在龙舟一体化发展中,东莞这么多年来却并没真正做到求同存异。调查发现东莞水乡片区中每个镇每年都会举办龙舟赛,历时长达一个月,很多小镇似乎都希望将“龙舟”作为本土文化发展的亮点,例如中堂和沙田镇都声称自己是“龙舟之乡”。然而每个镇举办的龙舟赛尚且缺乏足够的统一规划和互相协助,导致了大量资金的流失。

3 建议与策略

文化增进了城市吸引力和公众交流,是保持城市活力的重要因素,但若把看似虚无的文化落于实处,文化政策的作用不容忽视^[4]。本文对东莞文化策略提出了四点建议。

3.1 将“龙舟”打造为东莞的城市文化品牌

城市文化品牌的创设是一个系统工程,通过不同方式达到把城市文化推销出去的目的^[5]。鉴于“龙舟”是本次调研发现最能代表东莞水乡片区居民“乡愁”的事物,关于发展龙舟队、龙舟节和龙舟产业链的建议将有如下三点。

第一 拓宽龙舟队专项资金渠道。据了解,2000 年以前沙田龙舟队的比赛经费由国家解决,而 2000 年以后,比赛经费需要镇内自行解决。由此可见拓宽资金渠道对于地方龙舟队的发展迫在眉睫。政府可以充分结合当地企业,利用企业冠名俱乐部等形式筹资。例如,东莞本土民企广东光大集团与东莞麻涌龙舟队“联姻”,将在 3 年内投入 1500 万元冠名赞助龙舟队。政府应加强此类与企业的合作,壮大龙舟队伍。

第二 减少龙舟节数量的同时提高质量。举办一次国际龙舟节费用平均为 1500 万,当地每年的龙舟节费用为 200 万左右。然而根据东莞地方性网站的调研结果显示,有三分之一的网民认为龙舟节的支出太大。所以,建议龙舟节的时间可以缩短,而加大宣传投入和其他龙舟相关产业的投入。

第三 完善龙舟产业链的发展。构建完善的、有活力的、与城镇居民经济收入密切相关的产业体系,是特色文化小城镇可持续发展的保障^[6]。例如,发展端午节美食和龙舟工艺品。加强地方食品产业的扶植,加强其与龙舟产业的合作。从龙舟制造业拓展到文化产品,如各式船模、船式配饰、船型玩具或者其他文化创意纪念品。

3.2 企业肩负社会责任,加速外来文化融合

充分将东莞丰富的外来文化与地方文化融合,可以使前来打工的大规模流动人口享受到社会的关怀

和精神慰藉。鼓励企业为务工人员提供一定的文化教育和精神慰藉,使工厂也可以成为社会大学。例如,东莞的长安电子工厂有超过 2000 的外来务工人员,投入超过六百万到厂区文化体育设施的建设中,得到了“五星员工之家”的称号。如果东莞能有更多像长安电子工厂这样的企业肩负起对外来移民的社会责任,那么务工人员的生活品质和归属感将会大幅度提升,这对本地文化的认可度也有巨大的促进作用。

3.3 加强特色文化小城镇联动体系,建议推广“一镇一词”

为了避免恶性竞争和重复开发的现象,引导各小城镇之间的联动机制,对水乡片区内“十镇一港”有更明确的功能定位、产业布局、旅游开发。“一镇一词”(表 1)作为一个地方文化开发与拓展计划,可以从上位规划中对每个镇的文化发展重点做出统筹规划。水乡委员会也可以根据各镇的特色开发一条“黄金路线”,与东莞市区,乃至广州深圳紧密衔接,以此提高东莞水乡文化的影响力和吸引力。

表 1 “一镇一词”

一镇	一词
道滘镇	美食:通过调研发现道滘肉粽和道滘粥被广大的市民所热爱,所以建议将美食作为道滘镇的代名词。
洪梅镇	花灯:花灯是洪梅镇千年以来的工艺文化,并且被列入了东莞市第二批非物质文化遗产
沙田镇	龙舟:沙田镇是中国第一个被誉为“龙舟之乡”的小城镇。团结、进取、拼搏正是龙舟运动的精神所在。
望牛墩	七夕风情节:七夕是中国的情人节。这对于中国传统文化的发展以及对于下一代的传统教育上起到重要的作用。
中堂镇	宗祠文化:李氏宗祠被列为省级文物保护单位并且是东莞市的八大文化遗址之一。世代相传的家族祖训极具教育意义。
麻涌镇	四季农场:生态农业旅游可以让市民享受到身心的健康和愉悦。四季农场为人们提供了一个享受慢生活的去处。
石龙镇	举重:石龙举重培训基地已经为中国输送了一批批优秀的举重运动员。对于生活在这里的人们,举重无疑是他们的一种集体的记忆。
望江街道	水乡风情:望江有着秀美的水乡景观。人们可以边走在清新的水边绿道上,边享受悠闲自在的生活。
石碣镇	袁崇焕故居:袁崇焕纪念公园是石碣镇地标性景点。拥有良好的基础服务设施,因此这里可以成为“黄金游线”中的重要一环。
高埗镇	瓷器:中国陶瓷博物馆坐落于高埗镇,每年吸引着许多游览者。对于瓷器文化的保护和投资有利于促进高埗镇的文化产业的发展。

(下转第 50 页)

施工记录中的充盈系数数据。

(2) 开挖测量法。在冲孔灌注桩成桩后,采用挖掘机等设备将冲孔灌注桩的四周的土方全部开挖,使整根桩裸露出来,然后进行丈量其桩身直径并验证桩身充盈系数是否满足设计及施工规范的要求。该方法一般只针对基坑支护桩在土方开挖后的一个观感测量。

(3) 仪器测量法。可分为成桩之前测量与成桩之后测量两种检测方法

①成桩之前测量。在每根的成孔之后,采用井径仪进行绘制单桩的孔径曲线图,通过孔径曲线图反应的实际桩径,结合实际混凝土灌注量来计算桩身充盈系数。该方法适用于冲孔灌注桩的成孔质量检测。

②成桩之后测量。在每根安放钢筋笼的过程中,下入至少两根超声波探测管,在成桩后采用超声波探测可以测量出单桩的实际桩径和桩身完整性,依此可以计算桩身充盈系数。该方法适用于冲孔灌注桩的桩身质量检测。

3 结论

通过对冲孔灌注桩充盈系数的计算方法的分析

与理解,着重研究了提高充盈系数的计算精度的保证措施,列举了冲孔灌注桩充盈系数的控制方法和检测方法。得到以下主要结论。

(1) 灌注桩在施工前应认真收集、熟识与之相关的地质勘察报告,分析该勘察报告中所揭露的各个地层对灌注桩成桩过程中的充盈系数所产生的影响,制订相关措施,编写详细周密的施工组织设计。

(2) 充盈系数偏大,直接造成了混凝土材料的浪费;充盈系数偏小,又造成了成桩质量上的缺陷。因此在成孔及成桩的过程中,必须严格采取有效措施,加强现场施工管理,使灌注桩的充盈系数完全满足设计及规范要求。既要避免施工单位或建设单位由于充盈系数过大而造成经济损失,又要避免由于充盈系数过小造成灌注桩施工质量不达标而产生的补救费用。

参考文献

- [1] 刘金砺,李大展,史佩栋,黄强. 桩基工程设计与施工技术 [C]. 中国建材工业出版社, 1994. 11: 1-3.
- [2] JGJ94-2008, 建筑桩基技术规范 [S].
- [3] FJYD-101-2005, 福建省建筑工程消耗量定额 [S]: 上册. 122.

(上接第 41 页)

3.4 做强地方传媒,拓展特色文化

铺天盖地关于东莞的负面报道使得人们对其“误解颇深”,认为东莞除了工业和特殊服务业并没有自己的优良文化传统。所以当务之急是改变城市印象,充分利用多种媒体,加强对城市正面形象的宣传。东莞现有市直媒体 7 家,驻莞媒体 20 多家,在东莞落地的境外电视 6 家,5 万多个网站。但是因为长期缺乏有影响力的媒体,所以东莞注定只能自弹自唱,它的声音很难被传播到外面去。更多的时候,只能依靠外来的媒体被动地将城市声音传达出去。然而外来的媒体为了抢眼球,注定只会抢新闻点,争抢曝光能够吸引读者的新闻,这自然使得东莞整天负面新闻缠身。所以东莞需要的是一个强有力的发声媒体,或者借助有影响力的媒体人,制作几个强有力的宣传片,让世人了解东莞文化,扭转城市印象。

4 总结

我国小城镇分布地域广阔,历史文化环境不同,形成了各具地域文化特色的小城镇^[7]。将地方文化理解为一种城市的“集体记忆”,一种“乡愁”,体现了以人为本的规划理念,有利于文化策略的实施,而国内目前各城镇关于地方文化的保护与开发尚且缺乏

对这一环节足够的民众调研和基础研究。东莞由于其自然资源的丰富性、区域文化的多样性、城市转型的迫切性成为基于城市“集体记忆”的小城镇文化发展策略研究的范例,为今后其他小城镇“记忆载体”的挖掘和地方特色的推广提供了一条新的发展思路。

参考文献

- [1] Halbwachs, M. On collective memory. [M]. Chicago: The University of Chicago Press. 1950.
- [2] Anderson, B. 2006. Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism, Revised Edition. [M]. London: Verso. 2006.
- [3] Durham, W. 1992. Coevolution: Genes, Culture, and Human Diversity. California: Stanford University Press.
- [4] 汤爽爽,王红扬. 2006, 通过文化政策营造创意城市——巴塞罗那文化政策的启示 [J]. 现代城市研究 2006(12): 77-82.
- [5] 李书生,王莹,汝艳红. 城市文化精神和城市品牌特色在现代发展中的重构——以济南为个案. [J]. 济南职业学院学报. 2009 年第 6 期: 17-23.
- [6] 王庆. 地方特色文化资源视域下小城镇建设研究 [J]. 东北农业大学学报(社会科学版). 2013 年, 11 卷第 5 期: 21-24.
- [7] 李宇,赵荣山. 小城镇地方特色历史环境生态建设 [J]. 小城镇建设. 2002 年第 6 期: 25.